

Testmódosított munkatárs megítélése

## SZITUATÍV ÉS EGYÉNI TÉNYEZŐK HATÁSA EGY TESTMÓDOSÍTOTT MUNKATÁRS MEGÍTÉLÉSÉRE

FALLAH NÓRA<sup>1</sup> - OROSZ GÁBOR<sup>2, 3, 1</sup>

<sup>1</sup> Szegedi Tudományegyetem, Pszichológiai Intézet

<sup>2</sup> ELTE, PPK, Pszichológiai Intézet

<sup>3</sup> MTA, TTK, Kognitív Idegtudományi és Pszichológiai Intézet

e-mail: [fallahnora@gmail.com](mailto:fallahnora@gmail.com); [gaborosz@gmail.com](mailto:gaborosz@gmail.com)

Levelező szerző: Orosz Gábor

Cím: 6722 Szeged, Egyetem u. 2. Telefonszám: +3670 237 94 71, Fax: +36 62 544 509, E-mail: [gaborosz@gmail.com](mailto:gaborosz@gmail.com)

A tanulmány írása során a második szerző az OTKA PD 106027 (projektvezető: Orosz Gábor) kutatási támogatásban részesült.

### Absztrakt

A vizsgálat az arcon viselt testmódosítások munkahelyi megítélésére irányult. Arra kerestük a választ, hogy milyen tényezők hatnak egy az arcán testmódosítást viselő fiktív munkatárs megítélésére. A mintában 403 fő 206 férfi (kor  $M = 23,33$ ;  $SD = 3,08$ ) és 197 nő (kor  $M = 24,00$ ;  $SD = 4,57$ ) szerepelt. A vizsgálat során használt eszközök az Önbecsapás és Benyomáskeltés, a Big Five kérdőív udvariasság és nyitottság aldimenziójának tételei továbbá egy képzelt munkahelyi szituáció voltak. Az eredmények szerint az arcán testmódosított munkatársat kevésbé találják alkalmasnak olyan értékesítői munkára, amely megköveteli az ügyféllel való személyes kapcsolattartást. Azok a személyek, akik piercinget látható helyen viselnek, továbbá magasabb pontszámot értek el a benyomáskeltés, nyitottság és udvariasság skálákon jobban elfogadják az arcát testmódosításokkal díszítő személyt munkatársként, mint az alacsonyabb pontszámot elérők és a piercinggel nem vagy kevésbé látható helyen rendelkezők. A jutalék elosztásának formája nem volt hatással a megítélésre. Annak ellenére, hogy a tetoválások és piercingek reneszánszukat élik mégis elmondható, hogy az arc testmódosítása kevésbé illik a professzionális vállalati szférába, abban az esetben, amikor az ügyféllel történő kapcsolattartás személyes interakciót követel meg.

*Kulcsszavak:* testmódosítás, tetoválás, sztereotípa, megítélés, vállalati kultúra, arc

A test az ember életének egyik legmeghatározóbb aspektusa, mely „abszolút referenciakeretként” szolgál, továbbá a megítélés és a viselkedés integrátora (Solymosi, 1987). A test kapcsolatot teremt a bel és külvilág, a múlt és jelen, az egyén és kultúra között (Bóna, 2010), illetve lehetőséget ad a fizikai és szociális térbe való beilleszkedésre (Solymosi, 1987). A különböző társadalmakban, kultúrákban és történelmi korokban eltérő lehet az ideális testre vonatkozó norma. Ezek a normák hatással vannak az egyén alakuló identitására (Garai, 2004), mivel a test kifejezi és alakítja az identitást (Kende, 2002). A test és annak sajátosságai társas térbeli tájékozódási pontok lehetnek, továbbá kifejezhetnek csoporttagságot is (Garai, 2004). Szociálpszichológiai tekintetben a bőrfelszín szimbolikus fontossággal bíró élővásznon, melynek megváltoztatása érzelmeket, vágyakat és gondolatokat fejezhet és válthat ki viselőjéből és szemlélőjéből egyaránt (Bóna, 2010). A test egyik legkiemeltebb pontja az arc, melynek fontos szerepe van a megismerésben, észlelésben és kommunikációban (Birkás, 2011). Az arc fizikai megjelenése összefüggésben áll a szimpátia kialakításával, a párválasztással vagy akár egy állás elnyerésével. Az információ származhat egy személy megjelenéséből, reakcióiból, korábban megszerzett saját és mások tapasztalataiból, egy első találkozásból, illetve az azt megelőző viselkedésből következtetések vonhatóak le annak ellenére, hogy az adott személy tisztában van azzal, hogy ezek a benyomások elnagyoltak és hibásak lehetnek (Smith & Mackie, 2001).

A test akaratlagos megváltoztatása a testmódosítás (Hicinbothem, Gonsalves & Lester, 2006), mely magában foglal minden végleges változást előidéző eljárást (Bodrogi, 1987). A tetoválások és a piercingek mint testmódosító technikák a posztmodern fordulatnak köszönhetően egyre kevésbé tekinthető napjainkban devianciának (Kaldeneker & Pikó, 2005), sokkal inkább az önkifejezés egy sajátos eszközeként jelenhetnek meg (Turner, 1999). Mára már ezek a testmódosító eljárások nemcsak a szubkultúrák körében hódítanak, hanem megtalálhatóak hírességeken, modelleken, sportolókon, értelmiségi fiatalokon, továbbá vállalati szférában dolgozók körében is (Miller, Nicols & Eure, 2009). A testmódosítások teret hódítottak a hazai médiában, egyre több szaklap, ismeretterjesztő műsor foglalkozik a témával, az internet segítségével különböző magyar tetováló közösségek jöttek létre, illetve megalakult a Magyar Tetoválók Szövetsége és évente Budapesten is megrendezésre kerül a tetováló expo (Fallah, 2012).

A tetoválás és piercing jellegű testmódosítások evolúciós szempontból kiterjesztett fenotípusként is leírhatóak, mivel a testnek ez a fajta megváltoztatása növeli az egyén képességét, hogy kitűnjön a tömegből, társai közül (Carmen, Guitar & Dillon, 2012). Ezt a fajta kitűnési vágyat támasztják alá tetoválási motivációkutatások, amelyekben megjelenik a

motivációk között az egyediségre való törekvés vágya (Antoszewski et al., 2010; Fallah, 2012; Forbes, 2001). Továbbá a testmódosítások magukkal hordozhatnak olyan jelzéseket, melyek általános genetikai minőséget jelölnek, a testnek a fertőzésekkel, baktériumokkal szembeni ellenállása és az egyén magas fokú fájdalomtűrése által (Sosis, Kress & Boster, 2007). A különböző lehetséges fertőzések csökkenthetik a vonzerőt, illetve halálos kimenetelűek is lehetnek. Ezek az egészségügyi kockázatok mint költségek jóval meghaladják a lehetséges előnyöket (Carmen, Guitar & Dillon, 2012). Továbbá a testmódosítás egy kockázatvállaló magatartás markereként is leírható, mely droghasználattal (Caroll, Riffenburgh, Roberts & Myhre, 2002; Forbes, 2001), szexuális aktivitással, erőszakossággal és öngyilkossággal járhat együtt (Caroll et. al, 2002). Ez a kockázatvállaló tendencia a tetoválás és piercinget viselők megítélésében is megfigyelhető. A tetovált személyeket izgalom és kalandkeresőknek, szexuálisan szabadabbnak, gátlástalannak (Wohlrab, Fink, Kappeler & Brewer, 2009), neurotikusabbnak, kevésbé lelkiismeretesnek, barátságosnak és nyitottnak ítélték meg a testmódosítást nem viselő személyek (Forbes, 2001). Tényleges különbséget azonban a személyiség öt nagy dimenziójában (Big Five) sem Forbes (2001) sem a magyar mintán történt kutatás nem írt le, illetve a magyar vizsgálat a drog és alkohol használat tekintetében nem mutatott eltérést tetovált és tetoválatlan csoportok között (Fallah, 2012). Kaldeneker és Pikó (2005) hazai kutatásában további negatív előítéletességét írt le azokkal az emberekkel szemben, akik feltűnő helyen és/vagy sok testmódosítással rendelkeztek.

A különböző testmódosító eljárások népszerűsége az elmúlt évtizedben a fogyasztói társadalomnak köszönhetően megnőtt és ez a fajta népszerűség nemcsak a tetoválások számában mutatkozik meg, hanem abban is, hogy viselésük szociális státusztól függetlenné vált (DeMello, 2000; Pitts, 2003; Turner, 1999; Wohlrab, Stahl & Kappeler, 2007). Napjainkban a tetoválások és a piercingek egyre növekvő száma vitathatatlan, ezt támasztják alá azok a statisztikai adatok, mely szerint az amerikai lakosság 24%-a rendelkezik tetoválással és 14%-uk pedig a fülbevalón túl piercinggel (Laumann & Derick, 2006). Chen (2007) kutatása kimutatta, hogy ugyanezek az arányok tapasztalhatóak a vállalati szférában is. Az általa vizsgált mintában a menedzserek 44%-a rendelkezik tetoválással vagy piercinggel, mégis a negatív megítélés kiterjed a munkahelyekre. Hiába támogatja a törvény a munkahelyi „sokszínűséget”, nem tiltja a testművészettel szembeni diszkriminációt a munkahelyeken (Miller, Nicols & Eure, 2009). A vállalati szférában a vezetők majdnem fele rendelkezik testmódosítással, ennek ellenére az a nézőpont érvényesül, miszerint a látható testmódosítással rendelkező dolgozók megítélése alacsonyabb. Sem a piercing, sem a

tetoválás látható helyen viselése nem illik bele a professzionális, hivatalos viselkedésbe és közegbe (Chen, 2007). Ezzel összhangban áll, hogy a tetoválások eltávolításának egyik legfőbb oka, hogy zavart okozhat egy állás megszerzésénél, illetve betöltésénél (Boér, 1987).

Miller, Nicols és Eure (2009) kutatása során azt vizsgálta, hogy miként befolyásolják az arcon található testmódosítások a munkatársi együttműködést. Négy különböző helyzetet állítottak fel, mely során a manipulált változók az ügyfelekkel történő kapcsolattartás és a jutalék kiosztásának formái voltak. Az ügyféllel történő kapcsolattartás történhetett személyes találkozás vagy telefonos beszélgetés révén. Jutalék elosztásának egyik formája az egyenlő mértékben történő osztozkodás volt, vagyis ha a testmódosított munkatárs nem tudott üzletet kötni, de a másik munkatártnak sikerült három biztosítást megkötnie, akkor a testmódosított üzletkötés nélküli munkatárs megkapta a másik által megszerzett jutalék felét. Ugyanez fordítva is érvényes volt! A jutalékkötés másik formája pedig a teljesítményarányos elosztás volt, vagyis mindenki a munkatársától függetlenül annyi jutalékot kapott amennyi üzletet kötött. Eredményeik azt mutatták meg, hogy az arcon található piercing és tetoválás kevésbé elfogadott abban az esetben, amikor szemtől szemben történt az ügyfelekkel a kapcsolattartás, illetve amikor a szerzett jutalék a testmódosított kolléga és a vizsgálati személy között egyenlő arányban (osztozkodás) révén került kiosztásra (Miller, Nicols & Eure, 2009).

Az Egyesült Államokban sokkal gyakoribbak a testmódosítások ezen és egyéb formái, ezért feltételezhetően jóval elfogadottabb jelenség a tetoválás és piercing, mint hazánkban. Vizsgálatunk során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a testmódosítottakkal kapcsolatos sztereotípiák milyen módon hatnak egy olyan virtuális helyzetben történő döntéshozatalra, ahol egy jól kvalifikált tetoválással és piercinggel rendelkező személlyel való közös munka a tét. Miller, Nicols és Eure (2009) kutatását kívántuk magyar kontextusban vizsgálni. A hipotéziseinket is ez alapján alakítottuk ki:

*H1:* Elfogadottabb az arcán tetoválást és piercinget viselő munkatárs abban az esetben, amikor a kiosztásra kerülő jutalék teljesítményfüggő és nem kerül megosztásra. Tehát a jutalék az elsődleges összehasonlítási alap. Feltételezzük, hogy ha mindenki azt a pénzösszeget kapja meg, amit megkeresett, akkor az emberek szívesebben dolgoznak együtt az arcán testmódosítást viselő személlyel.

*H2:* Elfogadottabb az arcán tetoválást és piercinget viselő munkatárs abban az esetben, amikor telefonos kapcsolattartás történik az ügyféllel szemben a személyes kapcsolattartással. Feltételezésünk szerint a fentebb leírt sztereotípiák alakíthatják a személyesen megkötött

## Testmódosított munkatárs megítélése

üzletek számát, így kevésbé szívesen választanák egy személyes üzletkötői feladatot ellátó munkakörre munkatársuknak egy testmódosítást látható helyen viselő egyént.

## Módszerek

### Vizsgálati alanyok

Az általunk vizsgált mintában 403 fő 206 férfi (kor  $M = 23,33$ ;  $SD = 3,08$ ) és 197 nő vett részt (kor  $M = 24,00$ ;  $SD = 4,568$ ). Az alanyok kényelmi mintavétel alapján kerültek kiválasztásra. Továbbá Miller, Nicols és Eure (2009) vizsgálatához hasonlóan a mintába kerülés nem volt előfeltételhez kötött, így piercinggel és/vagy tetoválással rendelkező/nem rendelkező alanyok is részt vehettek a vizsgálatunkban (lásd 1. táblázat).

Tetoválás				Piercing			Testmódosítás		
Nincs	Van nem látható	Van látható, de takarható	Van látható, de nem takarható	Nincs	Van látható, de takarható	Van takarható	Van látható, de nem takarható	Egyik sincs	Mindkettő van
337	15	48	3	322	31	21	29	300	32

**1. táblázat:** A tetoválás és a piercing láthatóság szerinti megoszlása az alanyok számában kifejezve

A nők esetében a fülben elhelyezett egy pár fülbevaló nem számított piercingnek. A résztvevők 43,9%-a jelenleg is dolgozik, illetve 88,8%-a rendelkezik korábbi munkatapasztalattal is. Az aktuális és múltbeli munkastátuszt és az átlagos hónapok számát a 2. táblázat mutatja.

	Jelenlegi munkastátusz	Átlag hónapok száma	Korábbi munkatapasztalat	Átlag hónapok száma
Nem rendelkezik munkatapasztalattal	56,1 %	-	11,2 %	-
Alkalmi munkatapasztalattal	6,9 %	16,77	41,9 %	2,64
Részmunkaidős munkatapasztalattal	8,7 %	13,57	17,1 %	7,66
Teljes munkaidős munkatapasztalattal	28,3 %	40,52	29,8 %	7,59

**2. táblázat:** Munkastátusz és az abban eltöltött átlagos hónapok száma

### Vizsgálati eszközök

A tesztsor elején demográfiai adatokkal, munkahelyi tapasztalattal, illetve testmódosításokkal kapcsolatos kérdések szerepeltek. A demográfiai rész a kitöltő nemére, korára, saját és szülei legmagasabb iskolai végzettségére kérdezett rá. A munkahelyi tapasztalatok a jelenlegi, illetve múltbeli munka meglétére és azok hónapban kifejezett

hosszára vonatkoztak. A tetoválások és a piercingek esetében négy opció közül választhattak a kitöltők, melyek a „nem rendelkezem”; „rendelkezem, de nem látható helyen”; „rendelkezem, látható helyen van, de szükség esetén el tudom takarni” és a „rendelkezem, látható helyen van és nehezen vagy egyáltalán nem lehet eltakarni”.

Ezt követte az Önbecsapás és Benyomáskeltés (The Balanced Inventory of Desirable Responding – BIDR) kérdéssor mely által kimutatható, hogy a tesztet kitöltők jobb fényben kívánják-e feltüntetni magukat. A kérdőív 40 kérdésből áll, melyekre hétfokú Likert skála alapján kellett válaszolniuk az alanyoknak. A BIDR kérdőív alapján két skála írható le, melyek a benyomáskeltés (IM) és az önbecsapás (SDE) skálák (Paulhus, 1984). Ezt követte a Big Five udvariasság és az élményekre való nyitottságra vonatkozó aldimenziók 12-12 tétele (Caprara, Barbaranelli, & Borgogni, 1993, Rózsa, Kő, & Oláh, 2005). A különböző tételek megválaszolása a BIDR-hez hasonlóan Likert-skálán történt, viszont a Big Five esetében a skála ötfokú volt.

A tesztsor végét Miller, Nicols és Eure (2009) tanulmányában leírt történet és az ahhoz tartozó állítások zárták. A történet egy képzeletbeli szituációt írt le, mely alapján az alanyoknak el kellett dönteniük, hogy a különböző helyzetekben mennyire szívesen dolgoznának együtt egy jól kvalifikált az arcát tetoválással, illetve ajkát és orrát piercinggel díszítő hölgygel. Az eredeti történetet lefordítottuk és annyi módosítást hajtottunk végre rajta, hogy a megadott szemöldök piercinget a szakirodalom által nagyobb gyakorisággal előforduló orr piercingre cseréltük (Mayer & Chiffrieller, 2008). A történet (lásd 1. ábra) minden esetben testmódosított munkatársra vonatkozott és a különböző vizsgálati kondícióktól (üggyféllel való kapcsolattartás és jutalék elosztás formája) függően eltérően zárult. Összesen négy fajta tesztlap került kiosztásra, melyek kondíciói az üggyféllel való kapcsolattartásban és a jutalék elosztásában tértek el (3. táblázat).

*Képzeld el, hogy Ön egy biztosítási cégnél dolgozik értékesítőként, amely a gazdasági világválságnak köszönhetően pénzügyi gondokkal küzd. A cég úgy döntött, hogy Ön a legjobban képzett munkaerő a cégnél és azt a feladatot kapja, hogy Zsófiával, az új munkaerővel közösen dolgozzon. Zsófia és az Ön feladata ugyanaz. Cége szigorú felvételi eljárás segítségével választja ki a legjobban képzett szakembereket és csak őket alkalmazza. Zsófiának pénzügy szakos közgazdász diplomája van, (lehet tudni róla, hogy az egyetemen nagyon jó tanuló volt) ezen kívül felsőfokú angol és középfokú francia nyelvvizsgával rendelkezik. Mindemellet nyaranta gyerektáborokban szokott dolgozni. Zsófia orrában és ajkában piercing, továbbá a halántékán egy nagyobb (3x3 cm) tetovált csillag látható. Zsófiának és Önnek olyan munkája van, ahol szemtől szemben kell beszélniük a potenciális ügyfelekkel. Mindemellet a Zsófia és az Ön által megkötött biztosítások után járó jutalékon egyenlő mértékben osztoznak. Tehát, ha Ön pl. nem tud üzletet kötni az egyik hónapban, de Zsófiának sikerül három biztosítást is megkötnie, akkor Ön megkapja a Zsófia által megszerzett jutalék felét. Ugyanez fordítva is érvényes.*

## Testmódosított munkatárs megítélése

**1. ábra:** Miller, Nicols & Eure (2009) kutatása alapján használt történet szemtől szembeni interakció és egyenlő osztozkodás kondíciója

	<i>Van személyes találkozás az ügyféllel és a jutalék egyenlő arányban van elosztva</i>		<i>Van személyes találkozás az ügyféllel és a jutalék teljesítményarányosan van elosztva</i>		<i>Nincs személyes találkozás az ügyféllel és a jutalék egyenlő arányban van elosztva</i>		<i>Nincs személyes találkozás és a jutalék teljesítményarányosan van elosztva</i>	
<i>N</i> = 403	99		98		104		102	
<i>Nem</i>	Férfi = 50	Nő = 49	Férfi = 47	Nő = 51	Férfi = 49	Nő = 55	Férfi = 60	Nő = 42
<i>Kor</i>	24,66	23,78	23,45	24,06	22,47	23,33	22,83	25,07
<i>Végzettség</i>	Rangátlag = 215,03		Rangátlag = 188,84		Rangátlag = 195,81		Rangátlag = 208,30	

**3. táblázat:** A kondíciók megoszlása nem, átlag életkor és végzettség szerint

A különböző kondíciók által alkotott csoportok között nem volt szignifikáns a különbség kor ( $F(3, 399) = 1,992$ ;  $p = 0.115$ ) és végzettség tekintetében ( $\chi^2(3, N=403) = 4,029$ ;  $p = 0.258$ ).

### Vizsgálat leírása

A tesztet papír ceruza és online formában lehetett kitölteni. Az alanyokat személyesen a Szegedi Tudományegyetem Tanulmányi Információs Központjának egyetemi könyvtárában, a Szegedi Tudományegyetemen és környékén, továbbá online közösségi hálókön kerestük fel. A kitöltés előtt szóban vagy írásban tájékoztattuk őket a tesztsor tartalmáról, illetve az adatok kezeléséről. A szóbeli beleegyezést követően anonim módon történt a tesztsor kitöltése.

### Eredmények

Az elképzelt szituációban mind a négy kondíció esetében meg kellett ítélniük a válaszadóknak a potenciális munkatársukat. A megítélés mérésére Miller, Nicols és Eure (2009) kutatásával megegyezően három kérdést tettünk fel: (1) „*Mennyire lenne elégedett Zsófiával mint közvetlen munkatárssal?*”; (2) „*Szívesen dolgozna-e egy olyan emberrel mint Zsófia?*”; (3) „*Alkalmasnak találná-e Zsófiát a munkapozíció betöltésére?*”. Mivel ezek a kérdések az elképzelt munkatárssal kapcsolatos általános megítélésre vonatkoznak, így főkomponens elemzéssel (varimax rotáció) egy összegzett változót hoztunk létre. A faktorelemzés során felállított faktorstruktúrákban a tételek minden esetben 0,6 feletti faktortöltéssel és 0,3-nál alacsonyabb keresztöltéssel rendelkeztek. A scree plot elemzés egyfaktoros struktúrát javasolt, amely a variancia 79,88%-át magyarázza és a belső



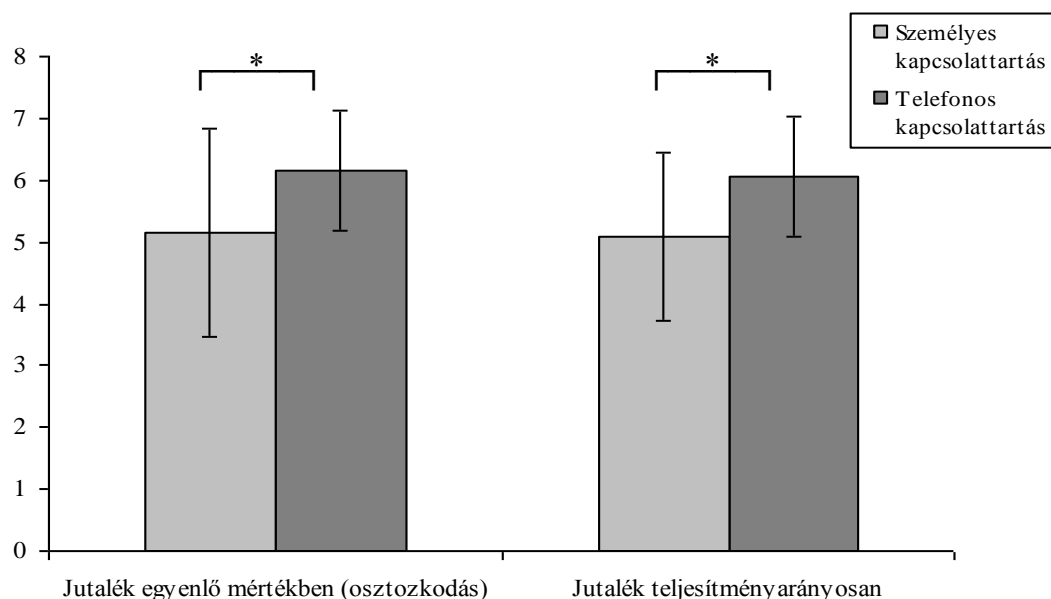
konzisztenica (Cronbach alfa = 0,87) is megfelelőnek minősült. A faktorelemzés eredményeit a 4. táblázat mutatja.

<i>Állítás</i>	<i>Attitűd Zsófi iránt</i>
Szívesen dolgozna-e egy olyan emberrel mint Zsófia?	0,915
Mennyire lenne elégedett Zsófiával mint közvetlen munkatárssal?	0,896
Alkalmasnak találná-e Zsófiát a munkapozíció betöltésére?	0,870

**4. táblázat:** Főkomponens elemzés eredményei a potenciális munkatárs megítélésére vonatkozó tételeken

Az elemzések során először egy 2X2 (szemtől szemben vs. járulék elosztásának interdependenciája) varianciaanalízist végeztünk annak érdekében, hogy teszteljük (a) a szemtől szembeni vs. nincs szemtől szembeni találkozás hatását a munkatárs megítélésére, (b) a jutalmak interdependens vs. független elosztásának hatását a munkatárs megítélésére. Az eredmények szerint (lásd 2. ábra) a szemtől szembeni érintkezésnek szignifikáns főhatása van a megítélésre ( $F(1,398) = 61,373$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2 = 0,134$ ). Az első hipotézissel összhangban azok a résztvevők, akiknek a leírásában a munkatárssal kapcsolatban szemtől szembeni interakció szerepelt, negatívabb attitűdökkel rendelkeztek ( $M = 5,11$ ;  $SD = 1,53$ ), mint azok, akiknél a leírás közvetett interakcióról számolt be ( $M = 6,11$ ;  $SD = 0,97$ ). A második hipotézisünk végül nem igazolódott be, mivel a jutalmak elosztási formájának (független vs. interdependens) nem jelent meg a főhatása ( $F(1,398) = 0,306$ ;  $p = 0,581$ ;  $\eta^2 = 0,001$ ). Az eredményeink szerint így csak az első hipotézisünk igazolódott, mely szerint az ügyfelekkel történő szemtől szembeni kommunikáció negatív hatással van egy potenciális tetovált munkatárs megítélésére. Viszont a megítélés független attól, hogy milyen bérezési struktúra áll fenn tehát attól, hogy teljesítménytől függően vagy függetlenül meg kell-e osztani a fizetést. A további elemzésekben a demográfiai és egyéni tényezők hatását vizsgáltuk.

## Testmódosított munkatárs megítélése



**2. ábra:** A diagram az egyes kondíciókban kapott testmódosított személy megítélésére vonatkozó attitűdpontszám átlagok a kapcsolattartási formák függvényében, ahol a hibaszávok a szórást jelölik.

Miller, Nicols és Eure (2009) vizsgálatához hasonlóan Pearson-féle korrelációs számítást végeztünk a Zsófia iránt kialakult attitűdök és a demográfiai változók között. Az ezzel kapcsolatos eredmények az 5. táblázatban láthatóak. Szignifikáns kapcsolat van a Zsófi iránti attitűd és a piercing meglétével/láthatóságával ( $r(400) = 0,13$ ;  $p = 0,021$ ) továbbá a Big Five udvariasság ( $r(400) = 0,13$ ;  $p = 0,007$ ), nyitottság ( $r(400) = 0,11$ ;  $p = 0,03$ ) aldimenziójával, a BIDR benyomáskeltés ( $r(400) = 0,11$ ;  $p = 0,027$ ) pontszámával. Továbbá a kor az attitűddel tendencia szintű kapcsolatot mutatott ( $r(401) = -0,09$ ;  $p = 0,077$ ) vagyis minél fiatalabb valaki tendencia szinten annál pozitívabban vélekedik a testmódosított munkatársról.

Attitűd Zsófi iránt	Kor	Apa vég.	Anya vég.	Jelenleg dolgozik	Munka- tapasztalat	Tetoválás	Piercing	Big Five UDV	Big Five NYIT	BIDR SDE	BIDR IM
r	-0,09 <sup>+</sup>	0,01	0,01	-0,01	-0,01	0,08	0,13**	0,13**	0,11*	0,06	0,11*
p	0,06	0,96	0,99	0,94	0,92	0,12	0,01	0,01	0,03	0,23	0,03
N	403	401	402	402	402	402	402	402	402	401	402

+  $0,05 < p < 0,10$ , \* $p < 0,05$ , \*\* $p < 0,01$

**5. táblázat:** Zsófia iránt kialakult attitűd és a demográfiai tényezők közötti Pearson-féle korrelációs eredmények

Miller, Nicols és Eure -hoz (2009) hasonlóan lineáris regresszió elemzéssel szeretnénk volna feltárni a fenti szignifikáns kapcsolatot mutató változók hatását a potenciális munkatárs megítélésére. Kétféle regresszió elemzést végeztünk, melyben a modell első blokkját a korreláció elemzés során kapott szignifikáns kontrollváltozók képezték (demográfia, egyéni különbségek), a második blokkban pedig az általunk vizsgált szituációs kondíciókból alkotott

szemtől-szembeni dummy változó került (lásd 6. táblázat).<sup>1</sup> Az első modell eredményei szerint a munkatárssal kapcsolatos véleményre a demográfiai változók a variancia 6,7 %-át ( $R^2 = 0,067$ ) magyarázzák ( $F(5,397) = 5,688$ ;  $p < 0,001$ ). A kontrollváltozók közül hatással volt a piercing megléte, annak láthatósága ( $\beta = 0,132$ ), Big Five udvariasság aldimenziója ( $\beta = 0,129$ ), illetve a BIDR benyomáskeltés alskalája ( $\beta = 0,129$ ). Az első modell eredményei azt mutatják, hogy pozitívabban ítélik meg a potenciális testmódosított munkatársat azok az alanyok, akik minél láthatóbb, kevésbé takarható helyen rendelkeznek piercinggel, továbbá minél magasabb pontszámot érnek el a pozitív benyomáskeltés, az udvariasság és nyitottság skálákon.

A kialakult attitűdöt a demográfiai változók szituációs kondícióval kiegészített modellje a variancia 20,7%-át ( $R^2 = 0,207$ ) magyarázza ( $F(6, 396) = 17,275$ ;  $p < 0,001$ ). A legerősebb hatással a megítélésre a mért változók közül a "személyes találkozás" volt ( $\beta = -0,380$ ), mely önmagában a variancia 14,1%-át magyarázza ( $R^2_{\text{változás}} = 0,141$ ,  $F_{\text{változás}} = 70,253$ ;  $p < 0,001$ ). A második modellben a fent bemutatott kontrollváltozók hatása szignifikáns maradt. Az eredmények szerint az egyéni különbségeken túl, egy tetovált potenciális munkatárs megítélésében komoly szerepet játszhat a munkatárssal az ügyfelekkel történő kommunikációs kapcsolattartás formája. Az eredmények szerint ez a szituatív tényező számottevően nagyobb hatást gyakorol a megítélésre, mint az egyéni különbségek és demográfiai tényezők együttevén.

Prediktorok	Modell 1			Model. 2		
	B	SE B	$\beta$	B	SE B	$\beta$
Piercing	0,150	0,055	0,132**	0,151	0,051	0,133**
Big Five Udvariasság	0,024	0,009	0,129**	0,021	0,009	0,112*
Big Five Nyitottság	0,015	0,008	0,089	0,022	0,007	0,136**
BIDR IM	0,045	0,017	0,129**	0,050	0,016	0,145**
Kora	-0,028	0,013	-0,109*	-0,021	0,012	-0,082 <sup>+</sup>
Szemtől szembeni találkozás				-0,758	0,090	-0,380***
$\Delta F$ -érték <sub>(df1,df2)</sub>	5,688 <sub>(5,397)</sub> ***			70,253 <sub>(1,396)</sub> ***		
$\Delta R^2$	0,067			0,141		
F-érték <sub>(df1,df2)</sub>	5,688 <sub>(5,397)</sub> ***			17,275 <sub>(6,396)</sub> ***		
$R^2$	0,067			0,207		
Adjusted $R^2$	0,055			0,195		

0,05 < <sup>+</sup>p < 0,1; \*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,00

**6. táblázat:** Testmódosított munkatárs irányába kialakult attitűd kétmodelles lineáris regresszió elemzése.

<sup>1</sup> A varianciaelemzés alapján a jutalom elosztásának típusa esetében nem tapasztaltunk sem interakciós, sem főhatást a munkatárssal szembeni attitűdök tekintetében, így nem láttuk célszerűnek betenni ezt a változót a regressziós modellbe.

## Megvitatás

Az arc olyan információk forrása, mely egyaránt fontos szerepet játszik a társalgásban és társas érintkezésben, továbbá szerepe elengedhetetlen a sztereotípiáknak megfelelő attribúciókban (Bruce & Young, 1986). Kutatásunkban célunk volt egy elképzelt szituáción keresztül feltérképezni a közvetett és közvetlen munkatársi helyzet megítélését az olyan népszerű testmódosításoknak, mint a piercing és a tetoválás.

Eredményeink alapján elmondható, hogy az arcán testmódosítással rendelkező képzelt munkatárs megítélésére nem volt hatással a jutalom elosztásának típusa. Az hogy a jutalom teljesítményarányosan vagy egyenlő részben került kiosztásra nem változtatott a potenciális munkatárs iránt kialakult attitűdön. Ez az eredmény sem a jelen kutatás első hipotézisét, sem Miller, Nicols & Eure (2009) eredményeit nem támasztja alá. A szituációban szereplő munkatárssal kapcsolatos kialakult attitűdre elsősorban az ügyféllel való kapcsolattartás formája volt hatással. Kevésbé elfogadott a megítélés abban az esetben, amikor az ügyféllel történő kapcsolattartás személyes módon történik. Ez mind a második hipotézisünket, mind Miller, Nicols és Eure (2009) eredményét igazolja. Összességében, nem volt negatív hatással a benyomások kialakítására a munkatársak közötti interdependencia, ehelyett az ügyféllel való személyes interakció határozta meg az attitűd alakulását.

Kutatásunk során elmondható, hogy jobban elfogadják az arcát testmódosításokkal díszítő személyt munkatárssnak azok a kitöltők (1) akik szeretnék minél pozitívabb benyomást kialakítani önmagukról, (2) akik rendelkeznek piercinggel, akik magasabb pontszámot értek el (3) az udvariasság és (4) az élményekre való nyitottság skálán. A piercinget viselő alanyok esetében meghatározó volt a piercing helye. Azok a kitöltők akik, minél jobban látható, kevésbé takarható piercinget viseltek pozitívabban vélekedtek a leendő testmódosított kollegáról. Mindemellett érdekes eredmény, hogy a könnyebben eltávolítható, maga mögött esetlegesen csak heget hagyó piercing (megléte, látványosság) pozitív összefüggést mutat a potenciális munkatárs iránti attitűddel míg a tetoválás, mely eltávolítása fájdalmas lézeressel kezeléssel lehetséges nem mutat ilyen jellegű pozitív együttjárást. Ennek az összefüggés-mintázatnak az is lehet a magyarázata, hogy a tesztet kitöltő tetovált alanyok mindössze 4,5%-a rendelkezik jól látható, nem takarható tetoválással, míg a piercinget viselők 36%-a viseli piercingjét látható, nem fedhető helyen.

Eredményeink alátámasztották Miller, Nicols és Eure (2009) kutatásában leírtakat, miszerint az arcon viselt testmódosítások megítélése a munkahelyen negatívabb egy személyes interakció során annak ellenére, hogy maga a testmódosítás reneszánszát éli és a

lakosság egyre nagyobb hányadát érinti. Egyre több fiatal választja önkifejezésének módjaként a testmódosítás ezen formáit (Fallah, 2012; Kaldenекker & Pikó, 2005). Továbbá Kaldenекker és Pikó (2005) szerint egy-két tetoválás/piercing elfogadhatónak számít hazánkban is mégis úgy látszik, hogy ez a tendencia nem terjed ki az arcot díszítő testmódosításokra, különös tekintettel a vállalati szférában. Mindez más kultúrákban is hasonlóképpen jelenik meg - Ausztráliában például a vállalati szféra (bankok, biztosítási vállalatok, utazás ügynökségek) munkáltatóit kérdezték meg arról, hogy két azonos szaktudással rendelkező személy esetében mennyire lenne a döntésükre hatással az, hogy rendelkezik-e a jelentkező látható tetoválással vagy sem. A munkáltatók 63%-a nyilatkozta, hogy döntésére hatással van a tetoválás viselése. Továbbá 71%-uk nem alkalmazna látható helyen tetoválást viselő munkaerőt és mindössze a megkérdezett cégek 4%-a alkalmaz jelenleg tetovált dolgozót (Bekhor, Bekhor & Gandrabur, 1995). Egy amerikai karrier oldal a vault.com online kutatásai is hasonló eredményekről számoltak be: 2001-ben a munkavállalók 81% érezte úgy, hogy a munkavállalás szempontjából mind a munkatársak, mind a munkáltatók esetében a piercing és/vagy tetoválás hátráltatja az elhelyezkedést (Brallier, Maguire, Smith & Palm, 2011). Ez a szám a 2007-es felmérésre 64%-ra csökkent. A testmódosítások reneszánszát élő Amerikában a dolgozók 53%-a munkahelyén takarja tetoválását vagy piercingjét (Ridley, 2007). Boér (1987) által leírt tetoválás eltávolítás mögött meghúzódó külvilági elvárások, úgy látszik az elmúlt húsz évben sem mutattak markáns változást. Az elmúlt két évtizedben tovább növekedett a tetoválások eltávolítására a kereslet; mely mögött a munkába állás lehetősége, a munkáltatók elvárásai húzódnak meg (Bekhor et al., 1995). Ezek az eredmények és az, hogy a mintánkban szereplő tetoválással rendelkező alanyok 95%-a, a piercinggel rendelkezők 64 %-a vagy nem látható helyen, vagy könnyen takarható helyen rendelkezik testmódosítással alátámaszthatja Chen (2007) megállapítását, miszerint a testmódosítás látható helyen történő viselése nem illeszkedik zökkenőmentesen a hivatalos, munkahelyi közegbe. Riggio és Throckmorton (1988) vizsgálatában kimutatta, hogy egy állásinterjú helyzet során sok esetben a megjelenés és az öltözködés nagyobb hatással van, mint maga az interjú készségei az adott jelöltnek. Egy személyes interakció, interjú és munka kapcsán a tetováltak hitelessége alacsonyabb (Seiter & Hatch, 2005). Kutatásunkban az alanyok számára az attitűd kialakításában a személyes kapcsolattartás volt a meghatározó kondíció, továbbá az arc szerepe elengedhetetlen a megismerésben, benyomások kialakításában, így az arcon viselt testmódosítások is hatással lehetnek az ítéletekre. Riggio és Throckmorton (1998) és Seiter és Hatch (2005) és vizsgálatunk által leírt eredmények alapján feltételezhető, hogy a piaci szféra ezen területén egy állás megpályázása során a megjelenés

negatív hatással lehet az észlelt szaktudásra, továbbá a látható helyen viselt tetoválás és piercing nem illik a professzionális vállalati szféra ezen szekciójába. Evolúciós szempontból ezek a fajta testmódosítások kockázatkereső magatartás, normaszegő viselkedés jelzéseiként is szolgálhatnak, mely a jelzések költségeiként is felfoghatóak (Carmen et al., 2012; Caroll et al., 2002). Ezek a költséges jelzések szemben állhatnak az adott munkahelyi környezet elvárásaival. Továbbá fontos megemlíteni, hogy a mai modern társadalmunkban a testmódosítások mintáját és elhelyezkedését annak viselői döntenek el, mely döntések önként vállalt jelzés költségekkel járhatnak együtt. A Kaldanekker és Pikó (2005) kutatása a megítélés kapcsán az idősebb korosztály idegenkedését, a generációk közti különbséget hangsúlyozza a testmódosítással szemben, de megemlítenek egyfajta viselkedési alkalmazkodást is, mivel bizonyos esetekben a testmódosítottakat körülvevő reakciók nem negatívak, hanem inkább érdeklődőek. Ez a fajta viselkedés hosszú távon megváltoztathatja az értékrendet és a társadalmi viselkedést. Az ember önmagáról, testéről, magát körülvevő világról kialakított képe átalakulóban van. Napjainkban viszont még a nyílt vagy burkolt vélemények továbbra is megoszlanak, és a negatív ítéletek főleg extrém helyen viselt testmódosítások esetében jelentkeznek (Kaldanekker és Pikó, 2005).

Kutatásunk eredményében is tendencia szinten megjelent a fiatalabb korosztály kedvezőbb megítélése. Érdekes megnézni, hogy az általunk megkérdezett személyek húszas éveik elejében járó fiatalok voltak és még az ő körükben is egy fajta negatív ítélet jelent meg a személyes kapcsolattartás esetében. Igaz nem hagyható az sem figyelmen kívül, hogy egy ilyen helyzet modellezése során, a saját attitűdjeiken túl az ügyfelek attitűdjeit is modellezniük kell ahhoz, hogy a lehető legpontosabb döntést hozzák meg az alanyok. Továbbá az elképzelt munkatárs személye minden esetben egy jól kvalifikált nő volt, mely egyéb sztereotípiákat is előhívhat amellet, hogy az eredmények kiterjeszthetőségét is korlátozza. Jövőbeni terveink közé tűztük ki a kutatás módszertani kibővítését odafigyelve jelen kutatás eredményeire és gyengeségeire. Szeretnénk kibővíteni a manipulált változókat (férfi, női, testmódosított, testmódosítatlan munkatárs), változtatni az alanyokat ért ingerben, melyet egy konkrét, videofelvétel formájában történő komplex ingerként képzelünk el, illetve növelni szeretnénk a kutatás reprezentativitását, kiterjeszteni a mintát, továbbá a munkatársi kapcsolaton túl érdemes lenne ügyféli szemszögből is megközelíteni a kérdést.

Összességében elmondható, hogy a tetoválások és piercingek hiába egyre elterjedtebbek és státusztól függetlenné váltak az arcon található testmódosításokat továbbra is idegenkedés, stigmatizált viselkedés veszi körül. A látható helyen történő testmódosított személyt kevésbé találják alkalmasnak olyan értékesítői munkára, ami megköveteli a

személyes kapcsolattartást az ügyféllel. A megítélésre hatással lehet a személyt díszítő piercingek elhelyezkedése, láthatósága, a pozitív benyomáskeltésnek a fontossága, az új élményekre való nyitottság és jóindulat, engedelmesség szintje. Kutatásunk során a testmódosítást egy újszerű nézőpontból a vállalati munkatársi együttműködés nézőpontjából kívántuk megközelíteni. A téma aktualitását képezi, hogy Amerikában az alkalmazottakat, illetve a munkára pályázókat egyaránt védi az a polgárjogi törvény, mely szerint nem érhet valakit faji, bőrszín szerinti, vallási, nemi vagy nemzeti származásra vonatkozó megkülönböztetés, továbbá törvény támogatja a munkahelyi "sokszínűséget" nem tiltja a testművészettel szembeni diszkriminációt a munkahelyeken (Miller, Nicols & Eure, 2009). Magyarországon is egyre népszerűbbé vált a tetoválás és a piercing, ám ennek ellenére sajnos a témával kapcsolatos fellelhető magyar szakirodalmak száma alacsony. Érdekesnek tartjuk a testmódosítások hazai megítélését mind társadalomtudományi, mind pszichológiai nézőpontból egyaránt alaposabban megismerni.

### Irodalomjegyzék

Antoszewski, B., Sitek, A., Fijalkowska, M., Kasielska, A. & Kruk-Jeromin, J. (2010):

Tattooing and body piercing: What motivates you to do it? *International Journal of Social Psychiatry*, 56, 471-479.

Bekhor, P. S., Bekhor, L. & Gandrabur, M. (1995): Employer attitudes toward persons with visible tattoos. *Australasian Journal of Dermatology*, 36 (2), 75-77.

Birkás, Béla (2011): Arcok megbízhatóságának értékelése, mint adaptív döntésmechanizmus. Rassz-jellemzők és tekintetirány hatása az észlelt megbízhatóságra. Doktori értekezés: Pécsi Tudományegyetem Bölcsész tudományi Kar, Pszichológiai Doktori iskola Evolúciós- és Kognitív Pszichológia Program.

Bodrogi, Tibor (1987): A tetoválás etnológiája (A személyi művészet és műfajai). *Forrás*, 3, 110-142.

Boér, Ildikó (1987): Tetoválás motivációi. *Forrás*, 3, 105-109.

Bóna, Adrién (2010): Az arc vonzereje 2. Az arc díszítése (tetoválás, testékszerek). In György, Révész (ed.) *Az emberi arc. Pécs, Pannónia Könyvek*, 118-135.

Braillier, S. A, Maguire, K. A., Smith, D. A. & Palm, L. J. (2011): Visible Tattoos and Employment in the Restaurant Service Industry. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (6), 72-76.

- Bruce, V. & Young, A. W. U. (1986): Understanding face recognition. *British Journal of Psychology*, 77 (3), 305-327.
- Carmen, R. A., Guitart, A. E. & Dillon, H. M. (2012): Ultimate Answers to Proximate Questions: The Evolutionary Motivations Behind Tattoos and Body Piercing in Popular Culture. *American Psychological Association*, 16(2), 134-143.
- Carroll, S. T., Riffenburgh, R. H., Roberts, T. A. & Myhre, E. B. (2002): Tattoos and Body Piercing as Indicators of Adolescent Risk-Taking Behaviors. *Pediatrics*, 109 (6), 1021-1027.
- Chen, H. H. (2007). Tattoo survey results: vault explains it all for you. elérhető: [www.vault.com/nr/main\\_article\\_detail.jsp?article\\_id=5319842&ht\\_type=5](http://www.vault.com/nr/main_article_detail.jsp?article_id=5319842&ht_type=5) (2011. Április 18).
- DeMello, M. (2000): *Bodies of inscription: A cultural history of the modern tattoo community*. Durham, Duke University Press.
- Fallah, Nóra (2012): A tetováláshalmozás motivációs háttere és személyiségdimenziói. In Judit, Körössy & Zoltán, Kövály (ed.) *Fiatalok biztonságkeresési stratégiái az információs társadalomban*. Szeged, Primaware, 35-61.
- Forbes, G. (2001): College students with tattoos and piercings: motives, family experiences, personality factors, and perception by others. *Psychological Reports*, 89(3), 774-786.
- Garái, D. (2004): A test és az identitásalakulás kérdései a fogyatékkal élők személyiségének megismerésében. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 59 (1), 5-18.
- Hicinbotham, J., Gonsalves, S. & Lester, D. (2006): Body modification and suicidal behavior. *Death Studies*, 30 (40), 351-363.
- Kaldeneker, Mária & Pikó, Bettina (2005): A „piercing” és a „tattoo” világa – deviancia vagy divat? *Társadalomkutatás*, 23 (1), 149-170.
- Kende, A. (2002): Testazonosság és identitás. A különböző testfelfogások szerepe az önfelfogásban. In Márta, Csabai & Ferenc, Erős (ed.) *Test-beszédek. Animula*, Budapest, 61-84.
- Laumann, A. E. & Derick, A. J. (2006): Tattoos and body piercing in the United States: a national data set. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 55 (3), 492-502.
- Miller, B. K., Nicols, K. M. & Eure, J. (2009): Body art in the workplace: piercing the prejudice? *Personnel Review*, 38 (6), 621-640.
- Paulhus, D.L. (1984): Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(3), 598-609.



- Pitts, V. (2003): *In the flesh – the cultural politics of body modification*. New York, Palgrave Macmillan.
- Ridley, T. (2007): Vault Employee Tattoo and Body Piercing Survey. elérhető: <http://ebookbrowse.com/vault-employee-tattoo-and-body-piercing-survey-2007-pdf-d19013735> (2013.01.14.).
- Riggio, R. E. & Throckmorton, B. (1988): The relative effects of verbal and nonverbal behavior, appearance, and social skills on evaluations made in hiring interviews. *Journal of Applied Social Psychology*, 18(4), 331-348.
- Rózsa, Sándor, Kő, Natasa. & Oláh, Attila (2005): Rekonstruálható-e a Big Five a hazai mintán? *Pszichológia*, 26(1), 57-76.
- Seiter, J. S. & Hatch, S. (2005): Effect of tattoos on perceptions of credibility and attractiveness. *Psychological Reports*, 96(3), 1113-1120.
- Smith, E.R. & Mackie, D.M. (2001): *Szociálpszichológia*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Solymosi, Katalin (1987): Tetoválás motivációi. *Forrás*, 3, 59-66.
- Sosis, R., Kress, H. C. & Boster, J. S. (2007): Scars for war: evaluating alternative signaling explanations for cross-cultural variance in ritual costs. *Evolution and Human Behavior* 28, 234-247.
- Turner, B. S. (1999): The possibilities of primitiveness: Towards a sociology of body mark sign cool societies. *Body and Society*, 5(2), 39-50.
- Wohlrab, S., Fink, B., Kappeler, P. M. & Brewer, G. (2009): Differences in personality attributions toward tattooed and nontattooed virtual human characters. *Journal of Individual Differences*, 30 (1), 1-5.
- Wohlrab, S., Stahl, J. & Kappeler, P. M. (2007): Modifying the body: Motivations for getting tattooed and pierced. *Body Image*, 4, 87-95.